

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil PT. Prima Land

Nama Perusahaan : PT. Prima Land

Pendiri : Hj. Masurulianah

Alamat : Jl Raya Pandeglang KM 5 Cadasari
Pandeglang-Banten

Telepon : (0353) 201540

Tanggal Berdiri : 25 Desember 2008

2. Sejarah Singkat Perusahaan

Banyaknya permasalahan dibidang pembangunan sekarang ini, baik dari segi kualitas maupun kauntitas di Indonesia, serta rendahnya sumber daya manusia yang dimiliki mengakibatkan menurunnya tingkat kehidupan manusia untuk mampu bersaing saat ini. Atas dasar itulah PT. Prima Land Rangka Baja Ringan ini berdiri pada tanggal 25 Desember 2008 yang berada di daerah Kabupaten Pandeglang, karena latar belakang Prima Land yang selama bertahun-tahun bergerak di bidang Furniture sangat merasakan sekali akibat langkanya material dari bahan baku kayu yang bermutu baik. Maka dari itu Prima Land mencoba mencari bahan alternatif sebagai pengganti kayu dan mendapati kenyataan bahwa rangka baja ringan sangat potensial menggantikan kayu sehingga secara tidak langsung

ikut melindungi kerusakan alam yang makin drastis akibat penggunaan kayu yang berlebihan. Selain itu material ini juga menawarkan solusi yang sesungguhnya terbilang ekonomis dibandingkan dengan penggunaan materil seperti kayu.

Rangka baja ringan yang diproduksi oleh Prima Land berasal dari baja tipis berupa lembaran yang disebut coil yang dipotong sesuai dengan lebar profile kemudian dilipat dan tekuk sesuai dengan bentuk profilnya, proses produksi yang dilaksanakan di pabrik Prima Land yaitu hanya membentuk coil menjadi bentuk profil yang untuk sementara ini hanya ditunjukkan rangka atap.

Prima Land baja ringan berusaha sebisa mungkin menjaga mutu dari profil rangka atap yang dihasilkan dengan memakai coil baja mutu tinggi atau bisa disebut High Tension yaitu dengan kisaran kuat leleh sebesar 400 Mpa – 500 Mpa dan umumnya berstandar G550 (5500 kg/cm^2), atau mencapai 2x kekuatan baja leleh Konvensional yang besarnya 240 Mpa ketebalannya berkisar 0,4 mm hingga 1 mm tetapi sifat material sama dengan baja biasa serta dengan masa jenis yang juga sama dengan baja biasa. Karena tipisnya rangka baja ringan sehingga memerlukan konsistensi pemasangan untuk itu Prima Land telah mempercayakan design struktur, dan aplikasi pemasangan dilapangan kepada teknisi-teknisi yang sudah berpengalaman didukung penggunaan software dan alat kerja yang memadai.

3. Visi dan Misi

Visi

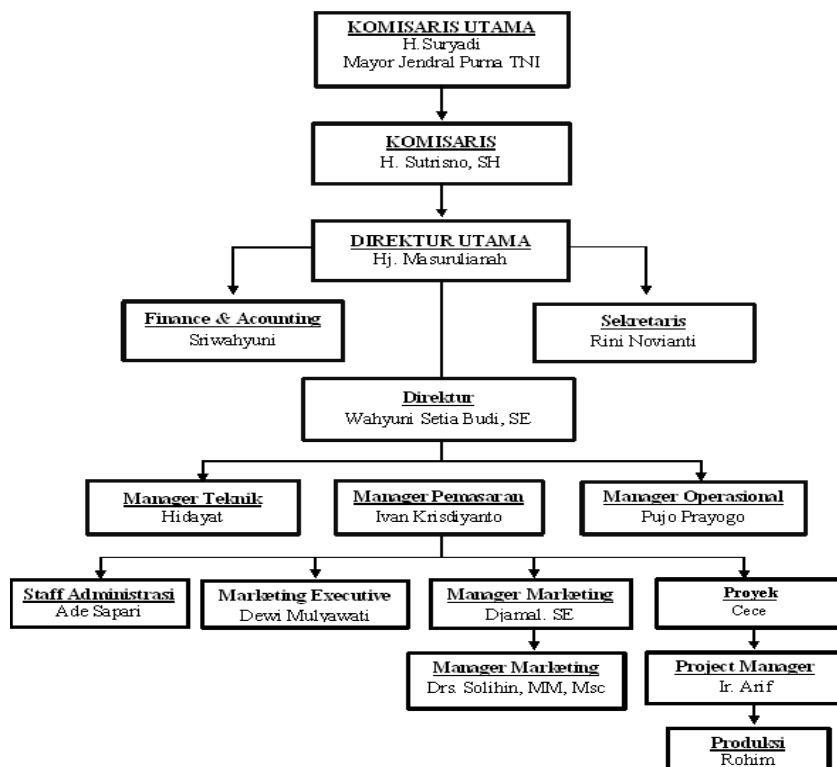
Menjadi sebuah perusahaan swasta yang mampu bersaing dengan perusahaan swasta lainnya, baik dalam skala Nasional maupun Internasional.

Misi

Dengan didukung oleh tenaga ahli yang berpengalaman PT PRIMA LAND ingin berpartisipasi membantu pemerintah dalam upaya solusi perbaikan permasalahan pembangunan yang dihadapi saat ini, dalam bidang pengembangan konstruksi

4. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT Primaland



B. Strategi Penetapan Harga di PT Prima Land

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa strategi penetapan harga merupakan suatu tolak ukur dan perolehan laba yang diinginkan oleh suatu perusahaan. Dan strategi penetapan harga juga memiliki berapa teknik yaitu strategi dalam penetapan harga baru dan strategi penetapan harga berdasarkan persepsi pelanggan mengenai nilai.

Pada perusahaan PT Prima Land strategi penetapan harganya menyesuaikan dengan daftar harga dan memberikan diskon atau potongan harga untuk pembayaran yang lebih cepat, pembelian dalam jumlah besar. Perusahaan harus melakukan hal ini dengan hati-hati apabila tidak ingin labanya berada jauh dibawah yang direncanakannya. Oleh karena itu strategi penetapan harga yang dijalankan diperusahaan ini sangatlah relatif dan kebanyakan jenis barang yang dipasarkan adalah barang-barang yang kualitas dan mutunya terjaga. Dan selain itu strategi penetapan harga yang perusahaan tawarkan tergantung pangsa pasar. Jadi sebelum perusahaan menentukan harga setiap produk, perusahaan terlebih dahulu mereka melihat harga-harga yang dipasarkan, agar kegiatan penjualan ini tetap ramai dan perusahaan tetap mendapatkan laba yang diinginkan oleh perusahaan.

C. Analisis Deskriptif

Berdasarkan pengambilan objek penelitian yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Maka penulis mengumpulkan data mengenai penetapan harga dan volume penjualan di salah satu perusahaan baja ringan yaitu PT. Prima Land pada tahun 2016-2017. Data dalam penelitian ini dikumpulkan berdasarkan urutan bulan. Tabel dibawah ini menunjukkan data mengenai penetapan harga dan volume penjualan pada baja ringan.

Tabel 4.1

**Data Penetapan Harga Baja Ringan (X) dalam bentuk
Rupiah (Rp)**

NO	MERK	UKURAN	TAHUN		
			2014	2015	2016
1	CC Galvalume 1mm	6 mtr	83.000	80.000	86.000
2	CC Galvalume 1mm	9 mtr	126.000	123.000	129.000
3	CC Galvalume 0,75mm	6 mtr	59.000	56000	62.000
4	CC Galvalume 0,75mm	9 mtr	90.000	87.000	93.000
5	CC Galvalume 0,70mm	6 mtr	56.000	53.000	59.000
6	CC Galvalume 0,70mm	9 mtr	85.500	82.500	88.500
7	CC Galvalume 0,65mm	6 mtr	54.000	51.000	57.000
8	CC Galvalume 0,65mm	9 mtr	82.500	79.500	85.500
9	CC Galvalume 0,4mm	6 mtr	115.000	112.000	118.000
10	CC Galvalume 0,5mm	6 mtr	144.000	141.000	147.000
11	CC Galvalume 0,6mm	6 mtr	170.000	167.000	173.000
12	CC Galvalume 0,8mm	6 mtr	224.000	221.000	227.000

Tabel 4.2
Data Volume Penjualan Baja Ringan (Y) dalam Unit

NO	MERK	UKURAN	TAHUN		
			2014	2015	2016
1	CC Galvalume 1mm	6 mtr	9.050	12.500	6.850
2	CC Galvalume 1mm	9 mtr	8.500	10.700	6.000
3	CC Galvalume 0,75mm	6 mtr	11.020	14.470	7.770
4	CC Galvalume 0,75mm	9 mtr	8.960	12.080	6.500
5	CC Galvalume 0,70mm	6 mtr	11.170	13.100	7.000
6	CC Galvalume 0,70mm	9 mtr	9.000	12.050	6.000
7	CC Galvalume 0,65mm	6 mtr	11.500	15.000	6.000
8	CC Galvalume 0,65mm	9 mtr	9.000	14.500	6.780
9	CC Galvalume 0,4mm	6 mtr	8.000	10.800	5.800
10	CC Galvalume 0,5mm	6 mtr	8.000	10.000	4.900
11	CC Galvalume 0,6mm	6 mtr	7.800	9.800	4.440
12	CC Galvalume 0,8mm	6 mtr	6.000	9.000	4.000

D. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan karena dalam model regresi perlu memperhatikan adanya penyimpangan-penyimpangan atas uji asumsi klasik, karena jika asumsi klasik tidak dipenuhi maka variabel-variabel yang terkait menjadi tidak efisien. Berikut ini adalah pengujian terhadap asumsi klasik dalam model regresi

a. Uji Normalitas

Tabel 4.3**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.52654678E3
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.130
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.781
Asymp. Sig. (2-tailed)		.576
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: SPSS versi 16.0

Berdasarkan pengujian normalitas *one-sample kolmogorov-smirnov test* di atas menunjukkan besarnya *test statistic* dan nilai signifikan adalah 0,576 dan 0,781 yang besarnya di atas 0,05. Dengan demikian, nilai residual terdistribusi normal. Sehingga model penelitian dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

		Ln_Harga	Ln_Volume	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	Ln_Harga	Correlation Coefficient	1.000	-.577**	-.153
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.374
		N	36	36	36
	Ln_Volume	Correlation Coefficient	-.577**	1.000	.855**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
		N	36	36	36
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.153	.855**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.374	.000	.
		N	36	36	36

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dilihat dari tabel diatas besar sig. (2-tailed) pada variabel harga dan volume penjualan sebesar 0,374. Tidak terjadi Heteroskedastisitas karena nilai Sig.(2-tailed) untuk masing-masing variabel terhadap residualnya lebih besar dari nilai kritisnya (0,05), atau dengan kata lain menyatakan terjadi Homoskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.508 ^a	.258	.236	2563.43263	.351

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: VolumePenjualan

Dari tabel 4.6 diperoleh nilai DW (*Durbin Watson*) sebesar 0,351 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel, dengan menggunakan signifikansi $\alpha = 0,05$, jumlah sampel (n) adalah 36 dan jumlah variabel independen (k) adalah 1, maka di tabel DW akan didapatkan nilai $dL = 1,41$ dan $dU = 1,52$ maka diperoleh kesimpulan $d > dL$ sehingga tidak terdapat autokorelasi.

d. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12199.612	1024.281		11.910	.000		
	Harga	-.030	.009	-.508	-3.437	.002	1.000	1.000

a. Dependent Variable: volume

Berdasarkan tabel 4.6 dapat terlihat bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) bahwa variabel independen kurang dari 10 dan nilai Tolerance independen 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terdapat multikolinieritas, dan dapat dikatakan model regresi ini tidak terjadi masalah multikolinieritas.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.7

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12199.612	1024.281		11.910	.000
	Harga	-.030	.009	-.508	-3.437	.002

a. Dependent Variable: volume penjualan

Sumber: SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel diatas dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12199,6 - 0.030X$$

Dengan

Y= volume penjualan

X= harga

Sesuai dengan persamaan garis regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien konstanta 12.199,6 hal ini menyatakan bahwa saat harga = 0 maka volume penjualan sebesar 12.199,6
2. Nilai koefisien x sebesar -0,03 berarti setiap kenaikan harga akan mengalami penurunan volume penjualan sebesar -0.03 %

3. Uji t

Tabel 4.8
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12199.612	1024.281		11.910	.000
Harga	-.030	.009	-.508	-3.437	.002

b. Dependent Variable: volume

Sumber: SPSS Versi 16.0

Berdasarkan hasil output spss di atas terdapat nilai t hitung sebesar -3.437 dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan (df) = (n-2). df = 34

jika dilakukan satu sisi dengan perhitungan signifikan terdapat angka $0,002 < 0,05$ dan diketahui t table sebesar $-2,032$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-3,437 > -2,032$), maka hipotesis dalam penelitian ini adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penetapan harga terhadap volume penjualan.

4. Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4.9
Hasil Analisis Korelasi Sederhana

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.508 ^a	.258	.236	2563.43263	.351

a. Predictors: (Constant), harga

b. Dependent Variable: volume

Sumber: SPSS versi 16.0

Dari hasil analisis koefisien korelasi sederhana maka diperoleh hasil korelasi antara penetapan harga dengan volume penjualan adalah sebesar 0.508 hal ini menunjukkan bahwa hubungan korelasi antara penetapan harga dengan volume penjualan dinyatakan cukup karena berada pada rentang 0.25 – 0.5. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena nilai R positif. Berarti semakin tinggi penetapan harga maka semakin tinggi pula volume penjualan.

5. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.10
Hasil Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	.258	.236	2563.43263

a. Predictors: (Constant), harga

b. Dependent Variable: volume

Sumber: SPSS versi 16.0

Berdasarkan hasil pengujian koefisien s terdapat R square sebesar 0,258. maka hal ini berarti variabel x dapat menjelaskan variabel y sebesar $0,258 \times 100 = 25,8\%$ artinya tingkat pengaruh penetapan harga terhadap volume penjualan sebesar 25,8%. sedangkan sisanya yaitu sebesar $100 - 25,8 = 74,2\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diantaranya adalah promosi, kondisi tempat penjualan, pelayanan perusahaan, kondisi konsumen, dan tempat parkir yang luas.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Adanya suatu harga yang adil menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab itu adalah cerminan dari komitmen syari'ah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi konsumen dan

produsen secara adil, yaitu penjual memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dikeluarkan dan dibayarkan.

Pengaturan harga diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin adanya keuntungan disalah satu pihak. Pemerintah harus mengatur harga, misalnya bila ada kenaikan harga barang diatas batas kemampuan masyarakat maka pemerintah melakukan pengaturan dengan operasi pasar. Sedangkan bila harga baja ringan terlalu rendah akan merugikan produsen, maka pemerintah harus meningkatkan pembelian atas produk produsen tersebut dari pasar. Peran pemerintah tersebut berlaku disaat ada masalah-masalah yang ekstrem sehingga pemerintah perlu memantau kondisi pasar setiap saat guna melihat kemungkinan diperlukannya pengaturan harga.¹

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti, dari data yang diperoleh kemudian dilakukan pengolahan data analisis deskriptif untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara penetapan harga terhadap volume penjualan dan seberapa besar pengaruhnya terhadap volume penjualan di PT Prima Land Pandeglang pada tahun 2014-2016. Maka, dari hasil pengolahan data dan perhitungan menggunakan spss versi 16,0 mulai dari uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi), analisis regresi sederhana, uji t, analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa penelitian ini menerima H_0 dan menolak H_a yang artinya

¹ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2004), 223.

penetapan harga tidak terdapat pengaruh yang positif terhadap volume penjualan. Dari perhitungan, dapat dilihat nilai t hitung sebesar $-3,437$ dan t tabel sebesar $-2,032$. maka dapat disimpulkan variabel penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Dalam hasil penelitian di PT Prima Land penjualan baja ringan setiap tahunnya mengalami perubahan baik dari segi harga maupun volume penjualan. Meskipun dalam hasil pengolahan data yang menggunakan SPSS, dinyatakan penetapan harga tidak berpengaruh positif terhadap volume penjualan tetapi penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan tetap menentukan seberapa besar perusahaan dapat menjual baja ringan.

F. Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di PT. Prima Land jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, bahwa perusahaan ini menggunakan sistem yang Islami yaitu adil dalam menetapkan harga dalam penjualan pada baja ringan. adil di sini yaitu perusahaan menetapkan harga sesuai dengan harga pasar dan kualitas barang. yaitu tidak sembarangan dalam menaikkan harga ataupun menurunkan harga baja ringan.

Perusahaan ini dalam melakukan sistem jual beli menggunakan prinsip jual beli khiyar, khiyar yang digunakan dalam perusahaan ini adalah khiyar syarat yang dimana kedua orang yang sedang melakukan transaksi jual beli mengadakan kesepakatan syarat, atau salah satu di antara keduanya

menentukan khiyar sampai waktu tertentu, maka ini dibolehkan meskipun rentang waktu berlakunya hak khiyar tersebut cukup lama.

Sedangkan pada perusahaan ini jika barang yang dijual mengalami kerusakan atau cacat (fasid) dapat dikembalikan dengan perjanjian sebagaimana sistem khiyar yang telah ditetapkan. Yaitu dengan syarat apabila nota ataupun kwitansi tidak hilang ataupun tidak rusak, serta tidak lebih dari empat hari dari tanggal pembelian barang tersebut.